

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi yang maju pesat beberapa waktu terakhir telah berhasil membawa manusia untuk menciptakan perangkat-perangkat software komputer yang mempunyai fungsi untuk memudahkan aktifitas manusia. Salah satu software yang sedang marak adalah media *social networking Facebook* dan *Twitter*, atau biasa juga disebut dengan istilah situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*. Situs jejaring sosial merupakan suatu cakupan dari sistem software yang memungkinkan pengguna dapat bersosialisasi dan berbagi data dengan pengguna yang lain dalam skala yang besar. Teori *Uses And Gratifications* teori yang dikemukakan oleh Blumler, Gurevitch dan Katz (Griffin, 2003) ini menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam proses komunikasi yang terjadi serta berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya. Jenis dari penelitian ini adalah penelitian survey korelasional, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling (acak), berdasarkan hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Analisis data untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan teknik korelasi dan regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,433, hal ini berarti bahwa tingkat hubungan antara variabel *Social Networking Facebook* dan *Twitter* (X) dengan variabel pemenuhan kebutuhan sosial individu di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta (Y) masuk dalam kategori sedang. Analisis regresi sederhana menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel *Social Networking Facebook* dan *Twitter* (X) terhadap variabel pemenuhan kebutuhan sosial individu di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta (Y), hasil analisis diperoleh nilai R square sebesar 0,187 yang artinya sebesar 0,187 atau 18,7% variabel pemenuhan kebutuhan sosial individu di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta dapat dijelaskan oleh variabel *Social Networking Facebook* dan *Twitter* sedangkan sisanya sebesar 81,3% (100% - 18,7%), dijelaskan oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini.

xv

ABSTRACT

Very rapid development in communication technology these recent years has brought human being in creating computer software tools to help making a man's activity so much easier. Some of the most famous trend softwares as social networking media are Facebook and Twitter, or generally called as Facebook and Twitter social website. A social website is a collection of software system that enables any user to have social contact and to share data with the other user(s) in a very large scale. Uses and Gratifications theory proposed by Blumler, Gurevitch and Katz (Griffin, 2003) states that media users play active roles in choosing and using these media. They are becoming active parts in the communication processes which have any goal orientations in the form of the media they use. Type of this research was correlational survey research. Research method was done by using a quantitative research method. Samples were obtained by using

random sampling technique and based on the calculation, there were 98 participants as the sample of this research. Data analysis for examining research hypothesis was done by using a correlation and simple linear regression technique. Result of the research shows that there is correlation value of 0.433 and it means that correlation level between Social Networking Facebook and Twitter variables (X) and the variables of individual social need fulfilment for the students of Communication Sciences in UPN “Veteran” Yogyakarta (Y) is in the medium category. A simple regression analysis explains how much the influence of Social Networking Facebook and Twitter variables (X) toward the variables of individual social need fulfilment for the students of Communication Sciences in UPN “Veteran” Yogyakarta (Y) and it gains R square value of 0.187 and it means that there is 0.187 or 18.7% of variables of individual social need fulfilment for the students of Communication Sciences in UPN “Veteran” Yogyakarta that can be explained by the variable of Social Networking Facebook and Twitter and the rest of 81.3% (100% - 18.7%) are explained by the other variables out of the model in this research.